

<https://doi.org/10.31891/2307-5740-2025-338-66>

УДК 339.5

МАЗУР Дмитро

КП «Київський Метрополітен»

<https://orcid.org/0009-0004-5258-2126>

e-mail: mazur.dmytro91@gmail.com

МАЗУР Олександр

Київський університет ринкових відносин

<https://orcid.org/0009-0005-8648-4804>

e-mail: mazur3003@ukr.net

МАЗУР Галина

Заклад вищої освіти Міжнародний університет бізнесу і права

<https://orcid.org/0009-0007-5325-1080>

mazurgalina1404@ukr.net

КОВБІЙ Антоніна

<https://orcid.org/0009-0000-0442-8280>

e-mail: antoninakovbiy@gmail.com

СУТНІСТЬ ТА ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ЕКСПОРТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ЯК ЕЛЕМЕНТУ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

Авторами статті розглянуто питання формування експортного потенціалу як елементу розвитку підприємства, та його сутність і підприємства. Визначено в даному дослідженні суть та особливості утворення експортного потенціалу. Проаналізовано експортний потенціал, який утворюється з двох видів потенціалу: внутрішній та зовнішній. Визначено напрямки утворення експортного потенціалу: промисловий, фінансовий, кадровий та ринковий. В даному дослідженні розглянуто фактор, які діють на експортний потенціал підприємств, формують осередок утворення і вироблення експортного потенціалу - технічні, соціально-культурні, політико-правові, економічні, природно-кліматичні.

В цій статті показано визначення експортного потенціалу, та як з його допомогою визначається ступінь зростання підприємства у просторі і часі, за допомогою економічної групи. Розглянуто кілька часових проміжків зростання підприємства. В дослідженні викладено аспекти конкурентної спроможності підприємства, яка дає можливість збільшувати існуючі ресурси і напрями ставлення експортного потенціалу на розвиток підприємства. Визначено, що експортний потенціал є одним з головних факторів, який кваліфікує успішність роботи підприємства в сучасних умовах зарубіжного ринку. В даній статті досліджено те, що чим вищий експортний потенціал, тим більш конкурентоспроможним та привабливим стає підприємство. Визначено розуміння утворення експортного потенціалу, як елементу зростання підприємства, його сутність та елементи. Авторами розкрито актуальність дослідження, визначено мету та задачі, які були наданні при написанні цієї статті.

Ключові слова: експортний потенціал, конкурентоспроможний, фактори, кваліфікація, зарубіжний ринок, часові проміжки, формування, утворення, ресурси.

MAZUR Dmytro

КР "Kyiv Metropolitan"

MAZUR Oleksandr

Kyiv University of Market Relations

MAZUR Halyna

Higher Education Institution International University of Business and Law

KOVBIY Antonina

THE ESSENCE AND FEATURES OF THE FORMATION OF EXPORT POTENTIAL AS AN ELEMENT OF ENTERPRISE DEVELOPMENT

The authors of the article considered the issue of the formation of export potential as an element of enterprise development, and its essence and enterprise. The essence and peculiarities of the formation of expert potential are determined in this study. The export potential, which is formed from two types of potential: internal and external, is analyzed. The directions for the formation of export potential have been determined: industrial, financial, personnel and market. In this study, the factors that affect the export potential of enterprises, which form the center of formation and production of export potential - technical, social-cultural, political-legal, economic, natural-climatic are considered.

This article shows the definition of export potential, and how it is used to determine the degree of growth of an enterprise in space and time, with the help of an economic group. Several periods of the company's growth are considered.

Aspects of the enterprise's competitiveness, which gives an opportunity to increase the existing resources and the direction of the export potential for the development of the enterprise, are outlined in the study. Defined. That the export potential is the only one of the main factors that qualifies the success of the enterprise in the modern conditions of the foreign market. This article examines the fact that the higher the expert potential, the more competitive and attractive the enterprise becomes.

The understanding of the formation of expert potential as an element of enterprise growth, its essence and elements is defined. The authors revealed the relevance of the research, determined the purpose and tasks that were given when writing this article.

Key words: expert potential, competitive, factors, qualification, foreign market, time intervals, formation, education, resources

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ У ЗАГАЛЬНОМУ ВИГЛЯДІ ТА ЇЇ ЗВ'ЯЗОК ІЗ ВАЖЛИВИМИ НАУКОВИМИ ЧИ ПРАКТИЧНИМИ ЗАВДАННЯМИ

У теперішній теоретичній економіці розуміння «потенціал» становить собою комплекс існуючих способів, змоги у всякій галузі. Для сьогоденної економіки досить цінний експорт, тому що він надає населенню та товариствам, компаніям дуже багато небезпеки збути свої товари. Експорт, побіч з імпортом, є основним компонентом комерційного балансу держави, тому що вивіз товарів чи капіталів за кордон підвищує валовий національний продукт держави.

Експорт є складовою міждержавної комерції. Експорт - це товари і послуги, які виробляються однією державою, а придбані резидентами другої держави. Тобто вироблені товари всередині держави та продаж у другу державу - це експорт. Особи, які продають такі товари і послуги зветься «експортерами», та знаходяться в державі експорту, а зарубіжні покупці є «імпортерами».

Другою складовою є імпорт. Товари та послуги, які виробляються в іноземній країні, та закуплені фізичними особами, які офіційно проживають в Україні. В комплексі вони створюють комерційний баланс країни. Країна, яка імпортує менше, ніж експортує, вона має сальдо в торгівлі. Якщо вона імпортує більше, ніж експортує, вона має дефіцит торгівлі.

Багато держав спонукають експорт як метод побільшення зайнятості, присутнього доходу та купівельних витрат. Експорт побільшує валютні резерви країни, що дозволяє центральному банку боронити національну валюту та нормалізує її ціну, понижуючи водночас ціну експорту до зарубіжних країн.

АНАЛІЗ ОСТАНІНХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

Визначенню сутності та особливостей утворення експортного потенціалу як елементу розширення підприємства присвячено багато наукових робіт учених економістів українських та зарубіжних, серед них дослідження Андріанова В.Д., Афанасьєва К.М., Бахрамова Ю.М., Діденко Н.І., Зав'ялова Н.І., Кириченка О.О., Крушницької Г.Б., Кутідзе Л.С., Ломаченко Т.І., Манін П.В., Мазаракі А.А., Нейсбіт Дж., Сейфуллаєвої М.Е., Русаков І.А., Савицького П.І., Токарев Ю.М., Шагалова Г.А. та інших.

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ СТАТТІ

Цілями статті є визначення сутності та особливостей формування експортного потенціалу як елементу розвитку підприємства

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

На сьогоднішній день є дуже багато різних визначень експортного потенціалу підприємства. Приводи, завдяки котрим виникає експортний потенціал на підприємстві [1]; підприємство першим ввело новий товар, який потребується у всьому світі; підприємство має надбані фахові кадри для виготовлення продукції найвищої якості, яка визнана іноземним суспільством; суперництво може бути більш менш посилене зарубіжжям, а наполягання до якості - нижче; механізм виготовлення визначається економією на обсязі, інакше кажучи зменшенням собівартості продукції для великих масштабів виготовленої продукції, а внутрішній ринок неспроможної величини для одержання таких ефектів; вартість, за якою товар може бути проданий за зарубіжжям, вища за внутрішню вартість; середове зменшення потреби, змушує виробників шукати інші ринки для збути власних наявних виробничих можливостей.

Експортний потенціал підприємства утворюється з двох видів потенціалу: внутрішній та зовнішній (рис. 1.).



Рис. 1. Експортний потенціал підприємства

Джерело: складено автором на основі [2]

Внутрішній експортний потенціал підприємства охоплює в себе цілісність ресурсів, які потрібні для виготовлення товару на експорт. До них відносяться природні, трудові, матеріальні, фінансові та інформаційні ресурси. Для успішного проведення експортної діяльності, підприємствам потрібно уміло та результативно застосовувати ресурси, визначити змогу збільшення виробництва, то і буде кваліфікувати конкурентні авторитети виробленої продукції.

Зовнішній експортний потенціал підприємства взаємопов'язаний з реалізацією конкурентної спроможної товарів і гарантується маркетинговою, логістичною і сервісною діяльністю підприємства [3]:

1. Маркетингова діяльність, зв'язана з експортом, має особисті властивості, що встановлюються своєрідністю зовнішнього осередка. В рамках цього маркетингу, експортер зобов'язаний постійно ретельно вивчати зарубіжний ринок і призвичаювати власне виробництво під умови та стандарти зарубіжного ринку.

2. Логістика враховуючи вартість експортної продукції впливає на *найбільш сприятливі властивості* витрат, які пов'язаних з реалізацією товару.

3. Продажне обслуговування експортного товару (сервіс) діє на утворення експортної вартості, що призводить менеджмент підприємства весь час вести роботу по покращенню господарчої діяльності, та зростання необхідного інформаційного забезпечення.

Виходячи реальні підходи проведених досліджень, визначимо такі напрямки утворення експортного потенціалу: промисловий, фінансовий, кадровий та ринковий.

1. Виробничий потенціал є основою при встановленні експортного потенціалу підприємства.

Ступінь зростання та результативність застосування капіталу праці, предметів праці і якості формування виробничих механізмів встановлюються наступні можливості зростання і напрямки удосконалення підприємства. Вірний і усесторонній аналіз виробничого потенціалу потрібного для того, щоб розряд експортного потенціалу зміг виявлятися ґрунтовним об'єктом для проведення аналізу, та одержані оцінки змогли фактично застосовуватися як інформаційна база, щоб визнання і аргументи управлінських рішень.

2. Кадровий потенціал підприємства.

Кадровий потенціал підприємства - це перспективи, які проводжуються дією всяких категорій працівників в механізмі трудової діяльності залежно від обов'язків різних посад, розташованих певним чином перед спільною територією, колективом метою на безсумнівному етапі зростання.

3. Ринковий потенціал підприємства.

Ринковий потенціал - це максимально висока перспектива підприємства до використання різних прогресивних досліджень в області маркетингу. Різне підприємство має визначений ринковий потенціал, та не всі застосовують його на 100% [4].

Ринковий потенціал формулює перспективу використання різних маркетингових ресурсів, є анкетною маркетингового ресурсного гарантування підприємства. У збільшеному плані ринковий потенціал є сумою методичних, матеріальних та інформаційних ресурсів, які гарантують ринкову діяльність підприємства.

4. Фінансовий потенціал підприємства.

Фінансовий потенціал підприємства – це відносини, появляються на підприємстві з приводу найвищого здобутку припустимого фінансового підсумку за такими обставинами [5]: існування особистого капіталу в досталь, щоб виконувати умови ліквідності і фінансової стійкості; перспективи залучення капіталу в об'ємі, який потрібно для виконання продуктивних інвестиційних проектів; рентабельності вкладеного капіталу; існування продуктивної системи керування фінансами, яка гарантує прозорість сучасного і майбутнього фінансового стану.

Бачення факторів, які діють на експортний потенціал підприємств, дає дозвіл групувати обставини, які формують осередок утворення і вироблення експортного потенціалу: технічні, соціально-культурні, політико-правові, економічні, природно-кліматичні [6].

Радимо роз'єднати ці фактори на: ендогенні - поєднання з діяльністю підприємства, її зовнішньо-економічним маркетинговим планом дій рекомендацій менеджменту; екзогенні – містять в собі рекомендації політичної, географічної, природно-кліматичного осередка внутрішнього та експортного ринків (рис 2).

Для дослідження факторів, що визнають експортний потенціал, то їх розділяють на перевірені і неперевірені підприємством. Перевіреними визнавати ті данні, які підприємство зможе замінити у відповідному для себе напрямку. Непереверені, можна розділити на перевірені і неперевірені державою. До перевірених державою факторів результативності експорту будуть виявлятися ті, які держава годна замінювати у цілях зближення до найбільшої результативності експорту підприємств.



Рис. 2. Фактори, що визначають експортний потенціал підприємства

Джерело: складено автором на основі [7, 8].

Щоб розпочати експортну діяльність підприємству необхідно зробити ряд кроків, розпочинаючи від аналізу ринку, завершаючи шуканням логістичного співучасника та вибуттям на прибуток від продавання.

Експортний потенціал визначає ступінь зростання підприємства у просторі і часі, за допомогою цієї економічної групи розглянемо декілька часових проміжків зростання підприємства:

1. Попередні здобутки. Рекомендуючи собою комплекс ресурсів, нагромаджених виробничим підприємством в ході роботи і обмежують його перспективності до вдосконалення та наступної роботи. В такій випадковості розуміння «потенціал» реально ідентифікується з розумінням «ресурс». При оцінці експортного потенціалу підприємство відстороняється від даних колишнього періоду і устанавлює заміну цієї категорії. Це формування приблизною мірою відсвічує суть експортного потенціалу, тому що в першу чергу підприємство зобов'язане спрямовуватися не на особисті дані, які можуть не підходити вимогам теперішньої обставини на ринку.

2. Істинні перспективи. Визначає дані з погляду практичного використання і найбільше результативного застосовування перспектив підприємства. Виходячи з даною властивістю з'являються розуміння

«перевірені» і «неперевірені» перспективи, і «потенціал» співпадають з розумінням «резерв».

3. Майбутність зростання. Дає шанс передбачати зростання підприємства в майбутньому. На підсумку аналізу зміни рівня експортного потенціалу підприємство зможе планувати експортні проекти і передбачати розміри експорту на майбутні періоди.

ВИСНОВКИ З ДАНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ

І ПЕРСПЕКТИВИ ПОДАЛЬШИХ РОЗВІДОК У ДАНОМУ НАПРЯМІ

Експорт, як основна частина міжнародної торгівлі, є єдиною з перспектив розростання підприємства. Експортний потенціал підприємства виробляється з сумісництва ресурсів, які дають шанси підприємству виробляти конкурентоспроможний товар, виходячи на міжнародний ринок.

На підприємствах експортний потенціал утворюється з таких напрямків: виробничий, кадровий, ринковий, фінансовий. Разом експортну діяльність ділять на кілька окремих моментів: маркетинговий аналіз та контроль ринку, аналіз потенціалу прибутку, проведення рекламної кампанії для заохочування споживачів, пошук логістичного партнера, оцінка прибутку.

Література

1. Селіверстова Л.С. Шляхи формування ефективної стратегії підприємства: актуальні проблеми економіки. 2008. № 7 (85). С. 133-136.
2. Піддубна Л. І., Шестакова О. А. Експортний потенціал підприємства: сутність і системні імперативи формування та розвитку. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2012. № 37. С. 223–229.
3. Babii I.V. Features of a strategy formation of foreign economic activity of industrial enterprises. URL: http://www.easterneuropeebm.in.ua/journal_eng/2_2016/24.pdf (дата звернення: 01.05.2021).
4. Скриньковський Р. М. Діагностика фінансового, виробничого, трудового, соціально-економічного та інноваційно інвестиційного потенціалів і аналіз потенційних ризиків підприємства в умовах невизначеності. *Проблеми економіки*. 2015. № 2. С. 186–193
5. Соколовська В.М. Формування експортного потенціалу підприємства в сучасних умовах господарювання 2012. №4. URL: www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1092 (дата звернення: 01.05.2021).
6. Піддубна Л.І. Фактори формування експортного потенціалу промислових підприємств. 2015. № 1 (65). С. 104–109.
7. Шелест Є.О. Структуризація експортного потенціалу на основі визначення складових його загального конкурентоспроможного ресурсу. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2010. №3. С.92–98.
8. Рыбакова Т. О. Управління експортним потенціалом промислового підприємства в умовах розширення зовнішньоекономічної діяльності. URL:http://www.nbu.gov.ua/old_jrn/Soc_Gum/VSUNU/2012_11_1/RIbakova.pdf (дата звернення: 08.05.2021).
9. Череп А. В., Ортинська О. Л. Організаційно-економічний механізм експортної діяльності підприємства. *Національне господарство України: теорія та практика управління*. 2008. С. 232–236

References

1. Seliverstova L.S. Shliakhy formuvannya efektyvnoi stratehii pidpriumstva: aktualni problemy ekonomiky. 2008. № 7 (85). S. 133-136.
2. Piddubna L. I., Shestakova O. A. Eksportnyi potentsial pidpriumstva: sutnist i systemni imperatyvy formuvannya ta rozvytku. *Visnyk ekonomiky transportu i promyslovosti*. 2012. № 37. S. 223–229.
3. Babii I.V. Features of a strategy formation of foreign economic activity of industrial enterprises. URL: http://www.easterneuropeebm.in.ua/journal_eng/2_2016/24.pdf (data zvernennia: 01.05.2021).
4. Skrynkovskyy R. M. Diahnostyka finansovoho, vyrobnychoho, trudovoho, sotsialno-ekonomichnoho ta innovatsiino investytsiinoho potentsialiv i analiz potentsiinykh ryzykiv pidpriumstva v umovakh nevyznachenosti. *Problemy ekonomiky*. 2015. № 2. S. 186–193
5. Sokolovska V.M. Formuvannya eksportnoho potentsialu pidpriumstva v suchasnykh umovakh hospodariuvannya 2012. №4. URL: www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1092 (data zvernennia: 01.05.2021).
6. Piddubna L.I. Faktory formuvannya eksportnoho potentsialu promyslovykh pidpriumstv. 2015. № 1 (65). S. 104–109.
7. Shelest Ye.O. Strukturyzatsiia eksportnoho potentsialu na osnovi vyznachennia skladovykh yoho zahalnoho konkurentospromozhnoho resursu. *Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu*. 2010. №3. S.92–98.
8. Rybakova T. O. Upravlinnia eksportnym potentsialom promyslovoho pidpriumstva v umovakh rozshyrennia zovnishnoekonomichnoi diialnosti. URL:http://www.nbu.gov.ua/old_jrn/Soc_Gum/VSUNU/2012_11_1/RIbakova.pdf (data zvernennia: 08.05.2021).
9. Cherep A. V., Ortynska O. L. Orhanizatsiino-ekonomichni mekhanizmy eksportnoi diialnosti pidpriumstva. *Natsionalne hospodarstvo Ukrainy: teoriia ta praktyka upravlinnia*. 2008. S. 232–236